

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi Pembangunan**

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi Pembangunan**

Komunikasi pembangunan adalah upaya organisasi untuk meningkatkan kondisi sosial dan ekonomi, biasanya menggunakan proses komunikasi dan media, seperti banyak dilakukan pada negara-negara berkembang (Dilla, 2007: 115). Komunikasi pembangunan dapat terjadi disemua tingkatan, mulai kyalayak bawah hingga pemerintah dan negara, dan termasuk narasumber dan musyawarah kelompok di lembaga resmi. Oleh karena itu, pengembangan komunikasi pembangunan ialah inovasi dialami rakyatlewatjalan komunikasi.

Komunikasi pembangunan ialah ilmu dan praktik komunikasi di negara yang sedang maju, pertamaaktifitas komunikasi akan peralihanbaik yang terencana. Komunikasi pembangunan bertujuan buat mempromosikan perkembangan manusia. Memprioritaskan komunikasi

pembangunan adalah kegiatan yang mendidik dan memotivasi masyarakat, daripada memberikan laporan dan pernyataan fakta yang tidak realistis. Maksud komunikasi ini hendakmenegakkan ide dan perilaku moral untuk mengarahkankapasitas yang membutuhkan negara maju. Bahkan, komunikasi pembangunan bisadiibaratkan sebagai komunikasi dilaksanakandemi mengimplementasikan konsep pembentukan nasional (Harun dan Ardianto, 2011: 161).

Menurut Nasution (2012:142) komunikasi pembangunan meliputi peran fungsi komunikasi (menjadi kegiatan pengubahan pesan secara timbal balik) diantaranya ikut serta dalam usaha pembangunan; apalagi antara khalayak beserta pemerintah, sejak awal rancangan, akhirnya pengerjaan, dan evaluasi pembentukan. Komunikasi pembangunan menggambarkan semuanya dan gaya, bersama gagasan dan keterampilan pembentukan yang bermula mengenai pihak yang mengawali pembentukan maka dikhususkan bagi khalayak umum. Aktivitas termasuk bermakna supaya khalayak yang dituju bisa, menerima, memahami dan berpartisipasi dalam melakukan gagasan yang tersampaikan.

Berdasarkan pandangan dan realitas komunikasi pembangunan, menurut beberapa ahli pada umumnya sehingga konsep komunikasi pembangunan dapat diringkas menjadi dua aspek pemahaman. Pemahaman yang luas dan sempit (Dilla, 2007: 116).

#### a. Pemahaman luas

Dalam pengertian luas, pendekatan yang berbeda dapat dikategorikan dari berbagai bidang yang membahas masalah hubungan dan interaksi antara komunikasi dan pembangunan. Secara singkat dapat dijelaskan bahwa komunikasi pembangunan berarti mencakup fungsi komunikasi seperti kegiatan untuk berbagi catatan antara masyarakat dan pemerintah, dimulai dengan perencanaan pembangunan, implementasi, dan proses evaluasi.

#### b. Definisi sempit

Dalam arti sempit, definisi komunikasi pembangunan adalah semua upaya, metode, dan teknik untuk memberikan gagasan dan keterampilan

pengembangan yang dimulai dari pengembangan ke komunitas sasaran sehingga mereka memiliki pemahaman terkait dengan komunikasi pembangunan yang dilakukan. Upaya untuk proses komunikasi pembangunan sebagai upaya untuk menjalankan potensi pembangunan untuk mengkomunikasikan pembangunan kepada masyarakat, di mana masyarakat berpartisipasi untuk mendapat manfaat dari kegiatan pembangunan. Upaya-upaya ini termasuk penelitian, analisis, promosi, dan evaluasi teknologi komunikasi di semua aktivitas pembangunan yang dilakukan.

### **2.1.2 Tujuan Komunikasi Pembangunan**

Aktivitas komunikasi pembangunan yang dilakukan sebagai upaya untuk mendukung aktivitas pembangunan. Dibutuhkan pengembangan sebagai tindakan nyata dalam peningkatan pendapatan rendah dan status sosial ekonomi agar berada pada tingkat yang lebih tinggi dan hal ini menjadi salah satu tujuan dalam pelaksanaan komunikasi pembangunan. Bentuk gagasan dan keterampilan yang digunakan untuk pencap. Menurut Naian tujuan jangka panjang (Harun dan Ardianto, 2011: 162). Maksud komunikasi pembangunan ialah untuk memperoleh pembentukan berkepanjangan. Pembentukan berharap maka kelompok orang memiliki tingkat-tingkat pendidikan beserta pendapatan yang minimal sehingga mendukung upaya peningkatann kualitas atau kondisi ekonomi dan dapat secara terbuka menerima informasi mengenai perkembangan pembangunan.

Komunikasi pembangunan merupakan suatu bentuk kebutuhan untuk mengembangkan pendekatan baru untuk proses komunikasi antara

masyarakat sebagai upaya untuk mendapatkan berbagai informasi atas proses pembangunan yang dilakukan. Upaya ini bertujuan untuk lebih menekankan perlunya meningkatkan keterlibatan semua pihak kepentingan yang terlibat dalam proses komunikasi untuk berbagi fokus ketika melihat masalah yang muncul. Dengan kata lain, pendekatan ini dibutuhkan suatu komunikasi antara semua pihak, dan sejauh ini, dan tidak dapat diputuskan oleh satu pihak saja.

Selanjutnya komunikasi pembangunan terutama adalah mengajar masyarakat, memberi informasi yang tidak realistis dari fakta misal sebagai pemberi inspirasi, perilaku intelektual, serta menanamkan kemampuan untuk diperlukannya bangsa yang sejahtera. Komunikasi pembangunan merupakan bentuk komunikasi yang dikerjakan guna sebagai konsep pembangunan negara. Keterlibatan masyarakat dalam metode pembangunan bukan karena pengerahan, antara lain sebagai bentuk keikutsertaan didasari untuk penentuan maupun kepentingan. Maksud metode pembentukannya bukan hanya dibuat untuk obyek, melainkan bisa menjadi subyek (Soetomo, 2013:7)

### **2.1.3 Prinsip – Prinsip Komunikasi**

Prinsip dalam komunikasi pembangunan sebagai upaya untuk mendukung pencapaian tujuan dan harus mempertimbangkan penekanan sebelumnya untuk menghindari kemungkinan dampak yang tidak diinginkan. Menurut Rogers dan Adhikarya dalam Harun dan Ardianto (2011:163),

kesenjangan dalam efektivitas komunikasi yang disebabkan oleh cara komunikasi yang salah sejauh ini dapat dikurangi jika strategi komunikasi pengembangan dirumuskan dengan uraian sebagai berikut:

1. Pengguna komunikasi pembangunan dilakukan (pesan terkoordinasi) untuk audiens tertentu. Contohnya yaitu dengan memperbaiki tanggapan yang kurang baik dari masyarakat, maka dapat dilakukan proses penyesuaian melalui formulasi pesan, level bahasa, gaya presentasi, dan lain-lain. Untuk memahami dan menyelaraskan kondisi mereka.
2. Pendekatan kepada masyarakat yang terlalu berlebihan atau sedikit keuntungan dengan mengkomunikasikan pesan kepada orang-orang yang berbeda pendapat. Bantuan ditujukan supaya masyarakat benar-benar tertarik akan memiliki kesempatan untuk mengejar ketinggalan atau mengurangi permasalahan dalam proses komunikasi.
3. Memfokuskan pesan untuk memberikan pengertian secara sempit, atau untuk masyarakat umum. Proses tersebut berarti menyesuaikan distribusi informasi yang dimaksudkan dengan konteks yang akan dibutuhkan oleh masyarakat.
4. Penggunaan saluran tradisional, dimana model tersebut telah lama berfungsi sebagai saluran pesan yang ramah komunitas.
5. Pemimpin dapat sepenuhnya memberikan bantuan untuk mengkomunikasikan pesan pembangunan
6. Memberikan kesempatan keterlibatan agen perubahan dari masyarakat sebagai pejabat lembaga pembangunan yang bekerja di antara rekan kerja.

7. Membuat dan mempromosikan metode atau mekanisme partisipasi publik sebagai entitas pembangunan, dari tahap perencanaan hingga evaluasi proses pembangunan.

#### **2.1.4 Unsur-Unsur Komunikasi Pembangunan**

Menurut Cangara (2015:24) unsur-unsur dalam komunikasi pembangunan dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Komunikator

Komunikator bisa disebut sebagai inovasi. Komunikator bisa menjadi agen peralihanyaitusebagaikuncibagimengubah diri dari keadaan lesu menjadi bangkit. Komunikator ini berawal dari siapa pun, didalam komunikasi pembangunan pemerintah bukan selamanya menjadi komunikator. Komunikator selaku agen pembentuk dapat berawal dari dua hal, yakni:

- 1) Berawal mula ikhalayaktersebut (insider)
- 2) Berawal pada luar public (outsider)<sup>5</sup>

pengertian komunikator ialah seorang yang dapat memberikan dorongan seseorang guna melaksanakan inovasi. Komunikator bisa berawal pada siapa pun, pemerintahan, Lembaga Sosial Masyarakat, Kelompok maupun perorangan

b. Pesan

Maksud dari Pesan pada proses komunikasi ialah suatu hal yang diberikan komunikator terhadap komunikan. Pesan bisa diutarakan melalui proses empat mata ataupun memakai media komunikasi, yang didalamnya berisi ilmu pengetahuan, informasi, nasihat, hiburan maupun persuasi.

Dalam bahasa Inggris pesan biasa diartikan berarti :content, informasi atau message. Pengertian didalam komunikasi pembangunan ialah berupapenyusunan pembangunan. Saat komunikator akan memberikan perintah hingga tentu saja amanat yang tersampaikan yang bisa dipastikan kebenarannya. Yang perlu diperhatikan dalam program tiga hal penting yaitu :

- 1) Mudah diterima oleh masyarakat.
  - 2) Bermanfaat secara ekonomis terhadap masyarakat
- Yang tidak menimbulkan konflik antar kelompok.

c. Media

Media komunikasi dewasa ini telah sangat canggih, suatu kejadian yang tempatnya sangat jauh dari tempat kita hanya dalam hitungan detik telah bisa ketahu. Hal itu tentu saja tidak lepas dari peranan media komunikasi dalam menyampaikan berita tersebut. Penggunaan media komunikasi dalam berkomunikasi disesuaikan dengan kasus-kasus komunikasi pembangunan yang dihadapi. Jadi yang dimaksud media dalam konteks ini adalah alat yang digunakan dalam proses pencapaian pembangunan. media yang digunakan juga disesuaikan dengan perencanaan pembangunan yang dihadapi.

d. Komunikan

Komunikan atau pihak yang menerima pesan berperan sebagai sasaran dalam komunikasi pembangunan, komunikator sebagai agen perubahan perlu mengetahui kondisi riil dari komunikan, sehingga pesan yang hendak

disampaikan bisa diterima dengan mudah oleh pihak komunikan. Yang dimaksud dengan komunikan adalah pihak yang menerima pesan pembangunan. Dalam menyampaikan pesan pembangunan komunikator perlu memperhatikan kondisi komunikan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan komunikan dan merubah sikapnya.

e. Dampak yang ditimbulkan (*effect*)

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Adanya komunikasi pembangunan maka tentunya diharapkan pesan yang dikomunikasikan memberi dampak setelah terjadinya komunikasi. Dampak yang ditimbulkan dengan adanya komunikasi diantaranya yaitu:

- 1) Informasi (menjadi tahu)
- 2) Persuasif (menggugah perasaan)
- 3) Mengubah perilaku
- 4) Mewujudkan partisipasi masyarakat
- 5). Meningkatkan pendapatan

### **2.1.5 Strategi Komunikasi Pembangunan**



Memilih strategi komunikasi adalah kunci dan bagian penting dari rencana pembangunan yang akan dilakukan. Setiap strategi memerlukan fokus pada proses utama, dan pendekatan mungkin berbeda tergantung pada situasi dan kondisi. Komunikasi dalam bidang ini dipandang sebagai proses mendapatkan partisipasi dari masyarakat dalam implementasi proses pembangunan. Pemerintah harus selalu melihat strategi mana yang dipakai untuk menyampaikan pesan sehingga sesuai harapan (Dilla, 2007: 131) Pembagian strategi komunikasi dapat diuraikan sebagai berikut (Harun dan Ardianto, 2011: 164-1):

a. Strategi media berdasarkan

Pengirim pesan yang memakai metode kebanyakan menggolongkan aktivitas sesuai dengan media yang digunakan. Sebenarnya, strategi ini adalah yang termudah, tentu saja sedikitnya tidak efisien. Strategi media ini biasanya dimulai dengan pertanyaan, "Apa yang bisa anda lakukan dengan radio?" Atau "Bagaimana anda menggunakan TV untuk menyampaikan pesan anda?"

b. Strategi desain instruksional

Para pendidik yang biasanya menggunakan strategi ini. Mereka memfokuskan strategi pada pembelajaran individu yang dimaksud sebagai tujuan mendasar dalam pencapaian komunikasi. Strategi kelompok ini didasarkan pada teori pembelajaran formal dan berfokus pada pendekatan sistem untuk pengembangan bahan pembelajaran. Partisipasi pendidik ini dalam bidang kegiatan ini telah memberi mereka banyak pemahaman

tentang penilaian formatif, pengujian, desain program langkah demi langkah, dan banyak lagi.

c. Strategi partisipasi

Prinsip penting dalam mengorganisir kegiatan dalam strategi partisipasi ini adalah kerja sama masyarakat dan pemerintah. Kunci dari strategi ini adalah jumlah informasi yang dipelajari melalui program komunikasi pengembangan, tetapi pengalaman berpartisipasi secara setara dalam berbagai proses pengetahuan dan keterampilan.

d. Strategi pemasaran

Yang paling biasa dalam strategi ini ialah strategi pemasaran.

## **2.2 Komunikasi Kelompok**

### **2.2.1 Arti Komunikasi Kelompok**

Komunikasi kelompok adalah bagian dari kegiatan sehari-hari. Sejak lahir, mereka mulai bergabung dengan kelompok besar terdekat, keluarga. Selanjutnya, dengan perkembangan usia dan kemampuan intelektual, masuk dan terlibat dalam kelompok sekunder, seperti sekolah, lembaga keagamaan, tempat kerja, dan kelompok kepentingan sekunder lainnya (Sendjaja, 2004: 89). Menurut Bungin (2009: 270), kelompok memiliki tujuan dan aturan mereka sendiri, yang berkontribusi pada aliran informasi antar kelompok. Oleh karena itu, komunikasi antar kelompok dapat secara maksimal dalam proses pencapaian tujuan.

Komunikasi kelompok ialah komunikasi antara sebagian orang paham satu golongan bawah seperti didalam pertemuan, perbincangan, konferensi

dan sebagainya. Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok bagaikan interaksi sebagai tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang diketahui, beragam informasi, melindungi diri, jalan keluar, yang kelompoknya bisa mempertimbangkan ciri-ciri pribadi anggota yang lain secara tepat. Kedua pengertian komunikasi kelompok diatas memiliki kecocokan, yaitu adanya komunikasi empat mata, dan mempunyai susunan agenda kerja tertentu untuk mendapatkan tujuan kelompok (Huraerah dan Purwanto, 2006:34)

Komunikasi kelompok ialah komunikasi yang berproses diantara sebagian orang didalam suatu khalayak “kecil” ibarat dalam pertemuan, konferensi, rapat dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon (dalam Wiryanto, 2005) menjelaskan komunikasi kelompok semacam hubungan secara empat mata atau lebih, dengan bertujuan yang telah dipahami, berbagi informasi, pemecahan masalah, menjaga diri, yang anggota-anggotanya bisa mengingat ciri-ciri individu anggotanya secara akurat. Dapat diartikan komunikasi kelompok di atas memiliki kesepadanan, yaitu adanya komunikasi tatap muka, dan mempunyai rangkaian rencana kerja tertentu untuk mencapai maksud dan tujuan kelompok. Komunikasi kelompok mewujudkan hubungan antara manusia dan kehidupan sosialnya secara dialektis dalam eksternalisasi, obyektifitas, dan internalisasi.

Eksternalisasi adalah ungkapan tentang eksistensi manusia, baik dalam aktifitas maupun mentalitasnya. Melalui eksternalisasi, manusia menggambarkan dirinya dengan membangun dunia yang di kehendaknya.

Obyektifitas adalah digunakannyabarang-barang aktifitas suatu realita yang berhadapan dengan para produsennya (manusia) dalam suatu kenyataan yang eksternal bagi yang lain, dari pada podusennya sendiri. Internalisasi adalah penggunaan serta pemaknaan kembali realitas oleh manusia dan menyampaikan lagi dalambentuk-bentuk dunia obyektif ke dalam bentuk-bentuk kesadaran subyektif. Komunikasi kelompok dapat diartikan sebagai disiplin karena komunikasi kelompok ini memiliki ruang lingkup, menunjukkan kemajuan dalam pengembangan teori serta mempunyai metodologi kritik, riset, dan penerapan.

Terdapat empat elemen yang mencakup dalam beberapa pengertian tentang komunikasi kelompok di atas, yakni tatap muka, jumlah keikutsertaan yang terlibat dalam hubungan, hendak atau makna yang diinginkan dan kapasitasanggota untuk dapat mengembangkanciri-ciri pribadi anggota lainnya, penjelasannya sebagai berikut;

- a. Pengertian tatap muka (*face-to face*) memiliki arti setiap anggota kelompok harus dapat melihat dan mendengar anggota lainnya dan juga harus dapat mengatur umpan balik secara verbal maupun nonverbal dari setiap anggotanya. Batasan ini tidak berlaku atau meniadakan kumpulan individu yang sedang melihat proses pembangunan gedung/bangunan baru. Dengan demikian, makna tatap muka tersebut berkait erat dengan adanya interaksi di antara semua anggota kelompok.
- b. Peserta di dalam komunikasi kelompok berkisar antara 3 orang sampai 20 orang. Pertimbangannya, jika jumlah partisipan melebihi 20 orang,

kurang memungkinkan berlangsungnya suatu interaksi di mana setiap anggota kelompok mampu melihat dan mendengar anggota lainnya. Dan karenanya kurang tepat untuk dikatakan sebagai komunikasi kelompok.

- c. Tujuan yang diinginkan sebagai elemen ketiga dari ketentuan diatas, bermakna bahwa maksud atau tujuan tersebut akan memberikan beberapa tipe identitas kelompok. Kalau tujuan kelompok tersebut adalah berbagi informasi, maka komunikasi yang dilakukan dimaksudkan untuk menanamkan pengetahuan (to impart knowledge). Sementara kelompok yang memiliki tujuan pemeliharaan diri (self-maintenance), biasanya memusatkan perhatiannya pada anggota kelompok atau struktur dari kelompok itu sendiri. Tindak komunikasi yang dihasilkan adalah kepuasan keinginan pribadi, kepuasan keperluan kolektif/kelompok bahkan keterbukaan hidup dari golongan itu sendiri. Keperluan kelompok adalah usaha pemisahan masalah, golongan tersebut biasanya mengaitkan beberapa jenis penyusunan keputusan yang bertujuan memangkas kesulitan yang dialami.
- d. Elemen terdahulu ialah kesanggupan anggota untuk menumbuhkan ciri-ciri personal anggota lainnya dngantepat. Hal ini memuat arti bahwa setiap anggota secara tidak langsung berkorelasi dengan satu sama lain dengan tujuan kelompok telah dijelaskan, selain itu identifikasi setiap anggota dengan kelompoknya relatif seimbangdan permanen. Kelompok merupakan kumpulan orang yang memiliki tujuan bersama yang berkomunikasi satu sama lain untuk memperoleh tujuan bersama, serta

mengenal satu sama lainnya, dan melihat mereka sebagai sebuah bagian dari golongan tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Golongan ini seperti kelompok diskusi, keluarga kelompok pemecahan masalah, atau suatu panitia yang tengah bermusyawarah untuk mengambil sebuah keputusan.

Di dalam komunikasi kelompok, melibatkan komunikasi antarindividu. Maka dari itu mayoritas teori komunikasi antarindividu berlaku juga bagi komunikasi kelompok. Kelompok yang baik adalah komunitas yang bisa mengelola sirkulasi tatap muka secara intensif antar anggota komunitas, sirkulasi komunikasi tatap muka bisa mengelola sirkulasi komunikasi makna di antara khalayak, jadi bisa mencetuskan sentimen-sentimen komunitas. Kelompok dalam perspektif interaksional yang dikemukakan Marvin Shaw sebagai dua orang atau lebih yang berinteraksi satu sama lain dengan suatu cara tertentu, di mana masing masing mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pihak lainnya (Sendjaja, 2004: 3.27). Clovis Sheperd juga menjelaskan, bahwa kelompok merupakan suatu mekanisme mendasar dari sosialisasi dan sumber utama dari tatanan sosial (Sendjaja, 2004: 3.27).

### **2.2.2 Karakteristik Komunikasi Kelompok**

Karakteristik komunikasi kelompok ditentukan oleh dua hal yaitu mengenai norma dan peran. Norma adalah perjanjian atau kesepakatan tentang bagaimana orang dalam suatu kelompok berperilaku satu sama lain (Burhan Bungin, 2009: 273). Norma-norma oleh sosiolog juga disebut "hukum" atau "aturan." yaitu, perilaku yang pantas dan tidak pantas di dalam

kelompok. Norma kelompok terbagi dalam tiga kategori: norma sosial, norma prosedural, dan norma tugas. Norma sosial mengatur hubungan antar anggota kelompok. Di sisi lain, norma-norma prosedural menguraikan tentang bagaimana kelompok perlu berperilaku, seperti bagaimana kelompok perlu memutuskan, dengan diskusi sampai suara mayoritas atau kesepakatan tercapai. Dari standar tugas fokus pada bagaimana pekerjaan harus dilakukan (Sendjaja, 2004: 93)

Menurut Bungin (2009: 274), peran adalah aspek dinamis dari status yang memainkan peran ketika seseorang menggunakan hak dan kewajibannya dalam posisinya. Peran dibagi menjadi tiga peran: peran aktif, peran partisipatif, dan peran pasif. Peran aktif adalah peran yang diberikan kepada anggota grup tentang posisi mereka dalam grup sebagai aktivis grup, seperti administrator atau pejabat.

Peran yang berpartisipasi biasanya adalah peran yang diberikan oleh anggota grup ke grup. Partisipasi anggota semacam ini memberikan kontribusi yang sangat berguna bagi kelompok itu sendiri. Peran pasif adalah kontribusi dari anggota kelompok pasif, tetapi anggota kelompok menekan untuk tidak berhasil melakukan peluang keanggotaan dalam fungsi lain dalam kelompok, dan tidak ada konflik dalam kelompok karena peran yang saling bertentangan (Effendy, 2006: 8)

Komunikasi kelompok (komunikasi kelompok) termasuk komunikasi tatap muka, ketika komunikator bertemu tatap muka. Komunikasi kelompok adalah komunikasi dengan banyak komunikasi. Jenis ini diklasifikasikan ke

dalam komunikasi kelompok kecil dan komunikasi kelompok besar sesuai dengan kepentingan komunikasi yang dilakukan.

- a. Status komunikasi kelompok kecil dianggap komunikasi kelompok kecil jika status komunikasi tersebut dapat diubah menjadi komunikasi antara personal.
- b. Jika ada komunikasi antarpribadi yang sulit untuk berkomunikasi dengan komunikator komunikasi kelompok besar, status komunikasi dianggap komunikasi kelompok besar. Percakapan cenderung terjadi seperti komunikasi kelompok kecil.

Kelompok memiliki tujuan dan aturan mereka sendiri, yang berkontribusi pada aliran informasi antar kelompok. Oleh karena itu, dapat membuat atribut grup sebagai bentuk karakteristik khusus kelompok. Kelompok ini adalah sekelompok besar orang yang berbagi norma, nilai, dan harapan yang sama, berinteraksi satu sama lain dengan sengaja dan teratur, dan sadar diri sebagai anggota grup yang diakui oleh orang luar (Saptono & Sulasmono, 2007: 119)

### **2.2.3 Fungsi Komunikasi Kelompok**

Menurut Rosmawaty (2010: 87) ada lima fungsi komunikasi dalam kelompok, yaitu:

- a. Fungsi Sosial

Untuk memelihara dan menetapkan hubungan diantara para anggota kelompok. Suatu kelompok mampu memelihara hubungan sosial diantara



para anggota seperti sebuah komunitas dengan rutin untuk memberiharapan terhadap pesertanya guna melaksanakan kegiatan tidak resmi, tenang, dan hiburan.

b. Fungsi Pendidikan

Guna memajukan pengetahuan anggota komunitas, baik pengetahuan umum ataupun khusus, ataupun pengetahuan berkaitan sama kepentingan komunitas ataupun pesertanya. Lewat manfaat pendidikan, kepentingan peserta komunitas, komunitas sendiri bisa memenuhi kebutuhan khalayak. tapi fungsi pendidikan di komunitas bisa tepat yang diinginkan / tidak, bergantung 3 faktor: informasi baru yang dibagikan, jumlah keikutsertaan dalam kelompok serta frekuensi interaksi diantara para anggota kelompok. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif jika setiap anggota kelompok membawa pengetahuan yang berguna bagi kelompoknya. Tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan masing-masing anggota, mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai

c. Fungsi sebagai Persuasif

Sebagai upaya untuk mempersuasi atau mempengaruhi maupun mengendalikan anggota kelompok. Seorang anggota kelompok akan berupaya mempersuasi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat dalam usaha-usaha persuasif tersebut akan bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang yang berusaha mempersuasi tersebut akan

menciptakan suatu konflik, dengan demikian malah membahayakan kedudukannya dalam kelompok.

d. Fungsi Pemecahan Masalah (*Problem Solving*)

Mencari alternatif bagi pemecahan masalah kelompok. Mulai dari penemuan alternatif atau solusi, pembuatan keputusan sampai pada penerapan solusi tersebut. Pemecahan masalah (*problem solving*) berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya, sedangkan pembuatan keputusan (*decision making*) berhubungan dengan pemeliharaan antara dua atau lebih solusi. Jadi, pemecahan masalah menghasilkan materi atau bahan untuk membuat keputusan.

e. Fungsi Sebagai Terapi

Fungsi terapi terdapat di komunitas khusus saja, memang mempunyai maksud guna mendukung terapi para peserta komunitas supaya mendapat perubahan individu yang diinginkan. Komunitas terapi mempunyai perbedaan dengan komunitas lain, sebab komunitas terapi tidak mempunyai arah. Objek dari komunitas terapi ialah mendukung seseorang menggapai perubahan individunya. Tentunya orang tersebut mesti berhubungan dengan peserta komunitas lain untuk mempunyai manfaat, tapi usaha utamanya ialah menolong dirinya sendiri, tidak menolong komunitas menggapai kemufakatan. Contoh komunitas terapi ialah kelompok konsultasi perkawinan, kelompok penderita narkoba dan sebagainya.

## 2.3 Diseminasi Informasi

Menurut Ibrahim (1988: 29), penyebaran informasi adalah proses penyebaran informasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola. Ini berbeda dari difusi, aliran komunikasi sukarela. Oleh karena itu, pertukaran informasi terjadi dan akhirnya pendapat umum tentang inovasi. Dengan kata lain, diseminasi adalah kegiatan yang umumnya menyebarkan informasi. Kegiatan dapat dilakukan melalui pelatihan atau lokakarya, seminar, dan komunikasi. Terlepas dari berbagai kegiatan pelatihan, informasi dapat disebarluaskan melalui konferensi pers, konferensi pers, penulisan artikel, penerbitan, atau penerbitan.

Penyebaran konferensi pers melibatkan mengundang wartawan dari media cetak, televisi, radio, dan media online yang ditunjuk ke lokasi yang ditentukan dan memberikan satu atau lebih narasumber dengan informasi dan pernyataan tentang masalah yang dikomunikasikan. Kegiatan yang dilakukan penyebaran informasi adalah kegiatan yang melibatkan mengundang wartawan, baik cetak atau elektronik, atau *online*, ke lokasi narasumber yang sedang diwawancarai. Hasil wawancara akan dipublikasikan di media sebagai berita. Proses penyebaran dapat dilakukan dengan menulis artikel. Selain itu dengan menulis untuk jurnal ilmiah atau buletin yang diterbitkan sendiri atau topik yang diterbitkan oleh agensi, agensi, atau organisasi lain, atau untuk dikirim ke editor penerbit media cetak.

Penyebaran dengan penerbitan melibatkan pembuatan materi cetak seperti poster, selebaran, brosur, dan selebaran. Kemudian diberikan ke

publik atau letakkan di atas tanda yang tersedia di agensi. Dialog atau acara bincang-bincang, yaitu bentuk kegiatan untuk menyiarkan acara bincang-bincang dan pertanyaan serta jawaban di televisi dan radio dengan menampilkan beberapa orang ahli sebagai narasumber. Dengan adanya diseminasi, informasi dapat menyebar dengan cepat dan meluas di kalangan publik, baik secara internal maupun eksternal.

#### **2.4 Literasi Digital**

Literasi adalah secara bahasa terulis yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari yang mencakup membaca, menulis, berbicara, dan mendengar. Istilah literasi pada umumnya mengacu pada keterampilan membaca dan menulis artinya seorang literat adalah orang yang telah menguasai keterampilan membaca dan menulis dalam suatu bahasa, namun demikian pada umumnya penguasaan keterampilan membaca seseorang itu lebih baik dari pada kemampuan menulisnya, bahkan kemampuan atau keterampilan berbahasa lainnya yang mendahului kedua keterampilan tersebut dari sudut kemudahannya dan penguasaannya adalah kemampuan menyimak dan berbicara (Ma'mur, 2010:111). Literasi media secara umum menurut Baran (2013: 18) adalah kemampuan untuk secara efektif dan efisien memahami dan menggunakan segala bentuk komunikasi termediasi. Komunikasi berfungsi untuk menjembatani hubungan antarmanusia dalam bermasyarakat (Cangara, 2015: 67), maka untuk mendukung tercapainya fungsi itu, manusia perlu memiliki keterampilan literasi yang baik agar dapat

memanfaatkan segala jenis media dengan efektif dan efisien. Istilah literasi sering dirangkaikan dengan istilah lain.

Dalam sebuah keluarga, dapat menempatkan berbagai padanan istilah literasi. Literasi informasi biasanya ditempatkan sebagai keterampilan dalam mencari dan meneliti. Literasi media biasa dikaitkan dengan analisis kritis terhadap media, iklan, dan media massa hiburan. Literasi kesehatan biasa dikaitkan dengan menjelajah dampak media terhadap membuat pilihan positif berhubungan dengan nutrisi, olahraga, citra tubuh, kekerasan dan pencegahan penyalahgunaan zat terlarang. Di antara itu semua, mediadigital dikaitkan dengan keterampilan menggunakan komputer, media sosial, dan Internet (Hobbs, 2010: 17). Untuk membahas perihal literasi digital lebih dalam, penting untuk menempatkan konsep literasi digital dalam konteks historis. Konsep literasi dimulai lebih kurang 3.000 tahun yang lalu ketika kemampuan retorika persuasif memegang peranan penting dalam berkomunikasi.

Jadi, literasi dalam arti mendasar adalah kemampuan untuk berbagi makna melalui bahasa. Literasi juga didefinisikan kembali sebagai kemampuan untuk membaca dan menulis. Adanya penemuan kamera portabel kemudian memberikan kemudahan dalam memproduksi dan mendistribusikan gambar yang kemudian memperkenalkan konsep literasi visual. Munculnya database memperkenalkan gelombang baru teknologi yang membutuhkan seperangkat keterampilan untuk mencari, menemukan, dan mengevaluasi informasi yang kemudian populer dengan istilah literasi

informasi. Populernya televisi kemudian memantik perkembangan istilah literasi media. Pada saat ini dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital yang begitu cepat kemudian melahirkan satu bentuk kebutuhan baru akan keterampilan untuk memaksimalkan potensi teknologi tersebut. Menurut Kern (2000:67) istilah literasi adalah penggunaan praktik-praktik situasi sosial, dan historis, serta kultural dalam menciptakan dan menginterpretasikan makna melalui teks.

Literasi digital sering pula disebut dengan berbagai nama, antara lain literasi internet, literasi komputer, literasi teknologi informasi, ICT *literacy* atau e-literacy. Berdasarkan beberapa uraian tersebut, secara sederhana literasi digital dapat didefinisikan sebagai kemampuan memahami dan menggunakan perangkat digital sebagai bentuk komunikasi termediasi dalam berbagai aspek dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi informasi dan komunikasi memainkan peranan yang besar dalam kehidupan baik dari segi hiburan, komunikasi dan interaksi sosial, kesehatan dan kesejahteraan kita, serta berkenaan dengan partisipasi kita dalam masyarakat.

Pentingnya kompetensi digital diakui oleh Parlemen Eropa dan Dewan Eropa (*European Parliament and the European Council*) pada tahun 2006 sebagai salah satu kompetensi kunci yang penting bagi semua individu dalam masyarakat berbasis pengetahuan. Lebih lanjut penggunaan teknologi informasi yang percaya diri dan kritis untuk pekerjaan, rekreasi, belajar dan komunikasi. Keterampilan dasar mencakup penggunaan perangkat komputer untuk mengambil, mengakses, menyimpan, memproduksi, menyajikan dan

menukar informasi, dan untuk berkomunikasi dan berpartisipasi dalam jaringan kolaboratif melalui Internet.

## 2.5 E-commerce

Menurut Kotler & Armstrong (2012), *e-commerce* adalah saluran online yang dapat diakses komputer yang digunakan para pelaku bisnis untuk melakukan kegiatan bisnis dan konsumen menggunakan informasi yang dibantu komputer untuk mendapatkan informasi. Menurut Wong (2010), *e-commerce* adalah proses pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti radio, televisi, jaringan komputer, dan Internet.

*E-commerce* adalah kumpulan dinamis dari teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis dengan konsumen dan komunitas tertentu. Kita dapat menyimpulkan bahwa ini adalah proses pertukaran dan pengiriman barang dari pengecer sampai transportasi dari satu daerah ke daerah lain mencapai konsumen dan saling menguntungkan bagi keduanya. Menurut Kotler (2012), ada empat jenis *e-commerce* berdasarkan karakteristiknya.

### a. Bisnis-ke-bisnis (B2B)

1. Merupakan kelompok dalam proses hubungan atau komunikasi bisnis yang telah terjalin dalam waktu yang lama.
2. Proses tukar yang dilakukan secara berulang dan disepakati bersama.
3. Model proses dalam pengelolaan informasi terkait dengan aktivitas komunikasi pembangunan yang dilakukan.

### b. Bisnis ke konsumen (B2C)

1. Terbuka untuk umum yang dapat membuat informasi tersedia untuk umum.
2. Layanan yang memberikan pelayanan kepada masyarakat secara umum.
3. Karena aktivitas pelayanan yang dilakukan sesuai dengan aktivitas pelayananyang dilakukan secara tepat.
4. Pendekatan sistem adalah *client-server*.

*Consumer-to-consumer* (C2C), model bisnis yang melibatkan situs web, tidak hanya membantu mengiklankan produk, tetapi juga menyediakan kemampuan perdagangan uang online. Dalam hal ini, situs web marketplace memiliki dua indikator utama:

1. Semua transaksi *online* harus difasilitasi oleh situs web yang relevan
2. Penjual individu dapat menggunakan fasilitas tersebut

Kegiatan bisnis yang dilakukan dapat dengan menggunakan fitur transaksi online, seperti akun pihak ketiga, untuk memastikan keamanan transaksi. Penjual menerima pembayaran hanya setelah pembeli menerima barang. Kecuali barang diterima oleh pembeli, penjual tidak dapat menguangkan hasil penjualan dan jika produk tidak mencapai pembeli, uang yang dibayarkan akan dikembalikan kepada pembeli.

c. Konsumen ke Bisnis (C2B)

Berbeda dengan konsumen-ke-konsumen (B2C), di antara konsumen, konsumen (individu) bertindak sebagai pencipta nilai, dan bisnis mereka menjadi konsumen berjalan secara elektronik.